Basel, den 20. Juli 1929 XXIX. Jahrgang / No. 29

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel. Für denselben Dr. Oscar Schär

Inhalt:



Führende Gedanken



Genossenschaftliche Dienstauffassung.

Sie wissen, dass der Betrieb einer Konsumgenossenschaft sich grundsätzlich unterscheidet von einem kapitalistischen Betrieb. Der kapitalistische Betrieb ist das private Eigentum eines oder mehrerer Besitzer. Der erstere, der genossenschaftliche Betrieb, gehört der Gesamtheit der Mitgliedschaft oder der Allgemeinheit; denn jedermann hat die Möglichkeit, die Mitgliedschaft in der Konsumgenossenschaft zu erwerben. In dem einen Falle dient der Betrieb kapitalistischer Profiterzeugung, im anderen genossenschaftlicher Bedarfsgüterdeckung, in der jede Verteilung und Erzeugung von Profit ausgeschlossen wird. Wo kein Profit erzeugt wird, kann auch nicht von Ausbeutung der in diesen Betrieben Beschäftigten gesprochen werden. Die Arbeiter und Angestellten eines Genossenschaftsbetriebes nehmen deshalb eine besondere Stellung unter ihren Berufskollegen ein. Die Angestellten und Arbeiter in Privatbetrieben treten dem Besitzer oder Arbeitgeber nur in ihrer Eigenschaft als Verkäufer von Arbeit entgegen und müssen zusehen, wie der durch ihre Arbeit erzeugte Mehrwert in kapitalistische Kanäle fliesst. Die in der Genossenschaft beschäftigten Personen sind gleichzeitig Arbeitnehmer und Arbeitgeber und in ihrer Eigenschaft als Mitglied der Genossenschaft haben sie Anteil an den Produktionsmitteln. Der von ihnen erzeugte Mehrwert bleibt der Genossenschaft, also ihnen, erhalten und kommt den Mitgliedern restlos zugute.

Diese grundsätzlich andere Stellung des Genossenschaftsarbeiters und -Angestellten legt aber auch den in diesen Betrieben Beschäftigten besondere Verpflichtungen auf. Sie haben vor allen Dingen den obigen Zusammenhang zu erkennen und müssen danach trachten, nicht nur Arbeiter oder Angestellte zu sein, sondern auch gute und aufgeklärte Genossenschafter zu werden.

Der in der Genossenschaft Beschäftigte darf seine Genossenschaft nicht schlechthin als Arbeitgeber betrachten, sondern muss wissen, dass er in seinem eigenen Unternehmen tätig ist und dass es von seiner Arbeit abhängt, ob es seinem Unternehmen gut geht oder nicht. Freiwillige, äusserste Pflichterfüllung ist deshalb für einen Genossenschafts-Arbeiter oder -Angestellten eine Selbstverständlichkeit.

Strunk,
Vorstandsmitglied des Konsumvereins «Wohlfahrt» Essen.

Die Entwicklung der Verbandsvereine im Jahre 1928.

I.

h. Es geht vorwärts mit unserer Bewegung. Wüssten wir es nicht schon ohnehin, eine auch nur oberflächliche Betrachtung der in der Nummer zur diesjährigen Delegiertenversammlung veröffentlichten Hauptergebnisse der Erhebungen über die Rechnungsabschlüsse der Verbandsvereine im Jahre 1928 müsste es uns sagen. Die krisenhaften Verhältnisse, die im Gefolge des grossen Preisabbaues der Jahre 1920/22 eintraten, gehören heute so gut wie vollständig der Vergangenheit an, zum Glück dagegen nicht die Lehren, die diese Krise brachte. Wohl zeigt der Warenumsatz eine Zunahme um nahezu 5%, dagegen ist die Erhöhung des Vereinsvermögens mit 11,14% noch bedeutend ausgeprägter, und anderseits geht die Entwicklung des Bilanzwertes der Warenvorräte nicht mit der Vermehrung des Umsatzes parallel, was praktisch einer weiteren Verminderung gleichkommt.

Der Mitgliederbestand des V. S. K. zeigt allerdings keine Veränderung, die als Zeichen einer bedeutenden Entwicklung angesehen werden könnte; er erhöhte sich lediglich um eines (vier Ein- und drei Austritte), von 515 auf 516. Aehnliche Verhältnisse lassen sich aber nicht allein innerhalb des V. S. K. und der Schweiz, sondern für den Grossteil der übrigen Länder, in denen sich eine bereits entwickelte Konsumgenossenschaftsbewegung vorfindet, feststellen. Die Ausdehnung kann zwar in der Weise erfolgen, dass sich stets neue Konsumgenossenschaften bilden, sie muss es aber nicht, und wird es im allgemeinen sogar, wie die Erfahrung zeigt, nicht mehr, sobald ein gewisser Punkt erreicht

ist. Dann tritt an die Stelle der ursprünglich extensiven Entwicklung eine mehr intensive, d. h. es bilden sich nur noch verhältnismässig wenig neue Vereine, dagegen dehnen die bereits bestehenden ihr Tätigkeitsgebiet aus, indem sie den schon vorhandenen neue Betriebe angliedern, teilweise sogar kleinere Vereine in sich aufnehmen (Bezirkskonsumvereinsbildung). Aus diesem Grunde ist eine geringe Zunahme der reinen Zahl der Konsumgenossenschaften keineswegs ein Zeichen schwacher Entwicklung, es kann sogar, wie das Beispiel Grossbritanniens, Deutschlands und anderer Länder zeigt, eine recht bemerkenswerte Entfaltung der Konsumgenossenschaftsbewegung Hand in Hand mit einer Abnahme der Zahl der Konsumgenossenschaften gehen.

Die Zahl der Konsumgenossenschaften, die Angaben für die Statistik lieferten, ist mit 490 um drei höher als im Jahre 1927. Unter den 26 Verbandsvereinen, die die Differenz zwischen der Gesamtzahl und der Zahl der in der Statistik berücksichtigten Verbandsvereine bilden, befinden sich in erster Linie die 12 Zweckgenossenschaften und Stiftungen und das Bureau central de bienfaisance in Genf, sodann 13 Konsumgenossenschaften, die sich aus irgendwelchen Gründen an den Erhebungen nicht beteiligen konnten (Neugründungen) oder wollten. Da diesen 13 Vereinen keine besondere Bedeutung zukommt, können die vorliegenden Ergebnisse immerhin als ziemlich getreues Abbild des Standes und der Entwicklung sämtlicher dem Verbande angeschlossenen Konsumgenossenschaften betrachtet werden. Die Zweckgenossenschaften lassen wir absichtlich beiseite, da sie, wie der V. S. K. selbst, Konsumgenossenschaften höherer Ordnung sind, und deshalb nicht den eigentlichen Konsumgenossenschaften nebengeordnet werden können.

Die Zahl der schweizerischen Gemeinden, in denen sich Läden von Verbandsvereinen befinden, erhöhte sich von 949 auf 963. Es ist das seit 1922, da ebenfalls 949 derartige Gemeinden ermittelt worden waren, die erste ausgesprochene Zunahme. Nicht dass nicht auch in der Zwischenzeit neue Gemeinden erschlossen worden wären, dagegen wurde in dieser Zeit der Neuzugang durch den Abgang von Gemeinden, in denen sich Läden befunden hatten, ungefähr ausgeglichen. Heute dürften nun sowohl die nicht genügend widerstandsfähigen Vereine als auch die während des Krieges teilweise übereilt eröffneten Ablagen in dazu noch nicht reifen Gemeinden verschwunden sein, so dass für die Zukunft wieder mit einer gewissen Zunahme der Zahl der Gemeinden mit Läden von Verbandsvereinen gerechnet werden darf.

Erfuhr die Zahl der Läden im Gegensatz zu der Zahl der Gemeinden mit Läden auch seit 1922 regelmässig eine gewisse Zunahme, so zeichnet sich das Jahr 1928 nichtsdestoweniger auch in dieser Hinsicht den vorhergehenden gegenüber aus, und zwar insofern als die Zunahme merklich grösser ist. Betrug sie 1926 28, 1923 26, 1925 14, 1927 11 und 1924 gar nur 3, so 1928 49. Damit stellt sich nun die Zahl der Verkaufsstellen im Rahmen des V. S. K. auf 2098 oder auf 2102, wenn man die 4 direkten Verkaufsstellen der Zweckgenossenschaften noch hinzuzählt.

Die Zahl der Mitglieder erreichte ihre grösste Höhe im Jahre 1921 mit 368,655. Im letzten Vorkriegsjahre 1913 hatte sie sich auf nur 263,034 belaufen, war also innert acht Jahren um über 100,000, d. h. über 10% sämtlicher schweizerischen Haushaltungen angewachsen. Es ist leicht zu verstehen, dass diese Zunahme nicht durchwegs zunehmender Erkenntnis, sondern zu einem gewissen Teil lediglich der Not der Zeit zuzuschreiben war, nicht besonders verwunderlich deshalb, dass viele Auchmitglieder die guten Dienste, die ihnen die Konsumvereine geleistet hatten, wieder vergassen, als die Hilfe nicht mehr so dringend nötig war. Aus diesem Grunde büssten die dem V. S. K. angeschlossenen Konsumvereine in der Zeit von 1921 bis und mit 1927 wiederum etwa ein Fünftel ihres Gewinnes ein, d. h. die Mitgliederzahl verringerte sich um etwa 20,000 auf 348,441. Das Jahr 1928 zeigt nunmehr wieder eine Umkehr der Entwicklung, will sagen eine Zunahme um 2532 oder 0,73% auf 350,973.

Die Hauptquelle, aus denen die Konsumvereine schöpfen, ist die Kaufkraft der Mitglieder. Nicht damit, dass es seine Unterschrift gibt, sondern lediglich durch seinen Warenbezug dokumentiert ein Mitglied seine Einstellung zur Genossenschaft. Als Mitglied eines Konsumvereins im wahren Sinne ist deshalb nicht anzusehen, wer sich als Mitglied anmeldet und, insofern es von ihm verlangt wird, einen Anteilschein übernimmt, sondern wer dem Konsumvereine seine Kaufkraft zuwendet. Die Unterscheidung nach tatsächlich konsumierenden und lediglich registrierten Mitgliedern hat zwar für unser Land bei weitem nicht die Bedeutung wie etwa für Deutschland, da die Zahl der sogenannten papierenen Mitglieder in den schweizerischen Konsumvereinen ganz gering ist. Dagegen gewinnen von Jahr zu Jahr an Bedeutung diejenigen Haushaltungen, die umgekehrt zwar Konsumenten, nicht aber Mitglieder der Konsumvereine im statutarischen Sinne sind. Es hängt das zusammen mit der zunehmenden Einführung des Kundenrabattes bei unseren Konsumvereinen, sei es aus taktischen (bei den Vereinen, deren Verwaltung der V. S. K. übernehmen musste), sei es aus steuerrechtlichen Gründen. Deshalb ermittelten wir während einer Reihe von Jahren neben der Zahl der Mitglieder auch die Zahl der konsumierenden Nichtmitglieder. Da indessen bei vielen rabattgewährenden Konsumvereinen die Ausscheidung der Bezüger nach Mitgliedern im statutarischen Sinne und Nichtmitgliedern schwierig, wenn nicht überhaupt unmöglich ist, nahmen wir im Jahre 1928 nicht mehr die Unterscheidung nach Mitgliedern im statutarischen Sinne und Nichtmitgliedern, sondern nach Mitgliedern im statutarischen Sinne und Bezügern vor. Es zeigt sich nun, dass sich die Gesamtzahl der Warenbezüger, d. h. derjenigen Haushaltungen, für die ein Bezug mittels der Einkaufskontrolle festgestellt wurde — was sich zur Hauptsache mit den Haushaltungen, denen eine Rückvergütung oder ein Rabatt zufloss, deckt —, auf 389,997 beläuft. 1927 betrug die Zahl der Mitglieder 348,441, die Zahl der Nichtmitglieder 40,791, zusammen 389,232. Wenn also 1928 die Zahl der reinen Warenbezüger noch etwas grösser ist als 1927 die Zahl der warenbeziehenden und bloss papierenen Mitglieder und der warenbeziehenden Nichtmitglieder zusammengerechnet, so beweist das die Richtigkeit unserer Behauptung, dass die Rolle der nur registrierten, nicht aber auch konsumierenden Mitglieder bei unseren Konsumvereinen ganz bedeutungslos ist.

Die Zahl der Angestellten weist anstatt der erhofften Abnahme eine Vermehrung um 248 oder 3,35% auf 7,659 auf. Immerhin bleibt die Zunahme hinter der des Umsatzes zurück, so dass also

der auf einen Angestellten im Durchschnitt entfallende Umsatz 1928 grösser ist als 1927. Es darf überhaupt mit Befriedigung festgestellt werden, dass sich dieses Verhältnis, wenn auch der Vorkriegsstand immer noch als Idealzustand betrachtet werden muss, von Jahr zu Jahr bessert. Rechnen wir sämtliche Umsätze auf den Preisstand vom 1. Juni 1914 um, so erhalten wir als Durchschnittsumsatz je Angestellten im Jahre 1913 Fr. 26,300.—. Im Verlaufe des Krieges sank die Zahl rapid bis auf Franken 16,400.— im Jahre 1918. Von da ab hingegen geht die Entwicklung wieder aufwärts, erreicht ein erstes Maximum mit Fr. 22,400.— im Jahre 1922 und nimmt dann folgenden Verlauf:

1923	Fr. 21,600.—
1924	» 21,800.—
1925	» 22,300.—
1926	» 23,300.—
1927	» 23,600.—
1928	» 24,100.—



Konsumgenossenschaften und landwirtschaftliche Produzenten.

In Grossbritannien hat die Konsumgenossenschaftsbewegung in bezug auf den Geschäftsverkehr mit Produzentenorganisationen wichtige Resultate zu verzeichnen. Das landwirtschaftliche Genossenschaftswesen weist in England keine bedeutende Entwicklung auf, aber soweit es vorhanden ist, steht es mit der Konsumgenossenschaftsbewegung in Verbindung — ja es dankt der letztern zum Teil ihre Erhaltung während einer Periode beträchtlicher Schwierigkeiten. Es ist vielleicht angezeigt, auf das Bestehen eines Reichswirtschaftsrates hinzuweisen, der die Verbesserung der Absatzverhältnisse innerhalb des Vereinigten Königreichs und die Förderung der Interessen der Konsumenten und der Produzenten bezweckt. Der Rat kann indessen nicht als eine Institution angesehen werden zur Förderung der Zusammenarbeit innerhalb der Genossenschaftsbewegung, obschon sein Ziel ist, «gute Beziehungen» zu bewirken. Ein nationaler Vertreter der Genossenschaftsbewegung ist Mitglied des Rates.

Die wirkliche Institution in Grossbritannien für die Förderung dieser Beziehungen ist die englische Grosseinkaufsgesellschaft, die, ohne jede Hilfe von seiten des Staates, viel getan hat, das landwirtschaftliche Genossenschaftswesen im Lande zu erhalten, sowohl indem sie unabhängige landwirtschaftliche Genossenschaften unterstützte, als auch durch den Kauf und Betrieb eigener Bauerngüter und vor allem durch die Verbindungen, die sie mit den überseeischen genossenschaftlichen Produzenten errichtet hat. Was die ersteren Beziehungen anbetrifft, so wurden verschiedene wichtige Organisationen von Landwirten vor Misserfolgen bewahrt und wieder auf eigene Füsse gestellt, auf einer gesunden Grundlage, die ferner den gegenseitigen Austausch von Gütern zwischen beiden Bewegungen garantiert. Die folgende Zusammenstellung zeigt den Umfang der Tätigkeit der Landwirtschaftsbetriebe der englischen G. E. G. Die Grosseinkaufsgesellschaft besitzt Bauerngüter und Ländereien von 33,552 Acker in verschiedenen Teilen des Landes. Diese werden betrieben und bebaut und die Ergebnisse zeigen, dass die G. E. G. direkt interessiert ist an der landwirtschaftlichen Seite der Bewegung. Die Ländereien und Güter im Besitze der englischen G. E. G. umfassen 5500 Acker in Cheshire, 3205 Acker in Cambridgeshire, 3928 Acker in Yorkshire, 1700 Acker in Lancashire, 4061 Acker in Gloucestershire, 4688 Acker in Wiltshire, 5346 Acker in Leicestershire und 3862 Acker in Northumberland.

Was die überseeischen Beziehungen anbetrifft, so sind bestimmte geschäftliche Verbindungen zu gegenseitigem Vorteil errichtet worden mit wichtigen Farmerorganisationen in Australien, Neuseeland, Südafrika, Kanada und Argentinien. Seit ungefähr vier Jahren hat die G. E. G. die Operationen des westaustralischen Weizenkonzerns finanziert. Im Jahre 1927/1928 handelte der Konzern ungefähr 17,300,000 Bushel Weizen und der Betrag der Vorschüsse erreichte ungefähr 3,500,000 Pfd. St. Ein ähnliches Uebereinkommen wurde vor zwei Jahren mit dem Südaustralischen Weizenkonzern getroffen, die Vorschüsse betrugen etwa 3,000,000 Pfd. St. im ganzen. Weiter hat die G. E. G. Vorschüsse gewährt von etwa 1,200,000 Pfd. St. auf Butter- und 2,000,000 Pfd. St. auf Käseverladungen, zusammen mit 185,000 Pfd. St. an die Neuseeländische Produktenvereinigung für die Lieferung von Gefrierfleisch. Die G. E. G. hat daneben mit australischen Farmern während des Halbjahres, endigend Juli 1928, direkte Käufe für Weizen, Butter, Käse, Fleisch usw. im ungefähren Betrag von 870,000 Pfd. St. abgeschlossen und während der gleichen Periode betrugen die Einkäufe bei den neuseeländischen Farmern mehr als 988,000 Pfd. St. Die Exportabteilung der G. E. G. unterhält unmittelbare Handelsbeziehungen mit den Farmervereinigungen von Argentinien, z. B. mit der «Association de Cooperativas Argentinas», mit der Westaustralischen Farmergenossenschaft Australien, der Vereinigten Farmer m. b. H. Kanada, daneben unterhält sie Geschäftsbeziehungen mit der Nördl. Molkereigenossenschaft und der Molkereigenossenschaft der Südinseln in Neuseeland, sowie mit den Südrhodesischen Farmern in Südafrika. Diese Handelsbeziehungen sind indessen noch im Anfangsstadium, aber sie weisen Beständigkeit und fortwährende Entwicklung auf.

Es wurden auch Beziehungen errichtet durch die Konstituierung einer besonderen Gesellschaft zwischen der britischen und der russischen Genossenschaftsbewegung, durch deren Agentur fortwährend zunehmende Mengen von Getreide in Grossbritannien genossenschaftlich abgesetzt werden. Aehnliche Beziehungen sind mit andern nationalen Genossenschaftsbewegungen in Europa errichtet worden.

Die folgende Zusammenstellung zeigt den Umfang der verschiedenen Geschäfte während eines Zeitabschnittes. In den letzten zehn Jahren wurden in Dänemark Molkereiprodukte im Betrage von 54,277,000 Pfd. St. gekauft; davon entfielen auf die englische G. E. G. 45,603,000 Pfd. St., auf die schottische G. E. G. 8,674,000 Pfd. St. Die englische G. E. G. hat folgende Vorschüsse gewährt: beinahe 14¾ Millionen Pfd. St. an die Australischen Weizenkonzerne, ungefähr 18 Millionen Pfd. St. an die Russisch-Britische Getreidegesellschaft sowie beinahe 7 Millionen Pfd. St. nach Russland für andere Waren als Getreide; 6,384,000 Pfd. St. an die Neuseeländische Absatzgenossenschaft (Molkereiprodukte), während ihre Einkäufe von den Australischen Uebersee-Farmergenossenschaften 2½ Millionen Pfd. St. überstiegen — insgesamt 103 Millionen Pfd. Sterling.

7. Internationaler Genossenschaftstag.

Die Konsumgenossenschaft Bern

hat anlässlich des internationalen Genossenschaftstages eine Kinderfeier veranstaltet, die starken Zuspruch fand. Es wurden rund 2500 Karten, die zur Teilnahme berechtigten, bezogen. Dem «Konsument» entnehmen wir einiges über die Veranstaltung, die am 7. Juli unter Leitung der Frauenkommission in zwei Abteilungen abgehalten wurde.

Zehn Minuten nach 9 Uhr war der grosse Volkshaussaal mit Galerie besetzt; jedes Kind hatte seine Schokolade und sein Weggli in der Hand, die Musik setzte ein und die Vorführung des Films über das Freidorf begann. Die Berichterstatterin schildert dann, wie die Bilder aus der Genossenschaftssiedelung die Kinder packten, und sie fügt bei: Wohl vielen kleinen Genossenschaftern wird der Film noch lange in Erinnerung bleiben und ihnen zu denken geben.

Ebenso gefallen hat der zweite Film vom Kindererholungsheim Haffkrug-Hamburg. Manch eines mag ein Sehnen angekommen sein: «Ja, so möchte ich's auch haben.» Wer weiss, wird dazu bemerkt, was noch alles kommt, wenn wir treu zusammenhalten, denn vieles ist möglich, wenn man nur will.

Während den Kindern noch einige lustige Bilder gezeigt wurden, sorgten draussen Genossenschafter und Kinderfreundeführer, die sich in verdankenswerter Weise zur Verfügung gestellt hatten, dass der Ausgang für die erste Abteilung Kinder frei blieb. In einer Viertelstunde hatte sich der Volkshaussaal geleert und wieder vollständig gefüllt und nach den freudigen Ausrufen zu schliessen, war auch bald das verdriesslich lange Warten vergessen. Es ging schon stark gegen Mittag, als auch die zweite Abteilung entlassen werden konnte mit einem «Auf Wiedersehen!»

Aus Kindern wird immer, was man aus ihnen macht, und wir Genossenschaftsfamilien wollen aus unsern Kindern Genossenschafter machen. Unsere wohlgelungene Kinderfeier wird das ihre dazu beitragen helfen.

Zum Schlusse wird der Verwaltung, den Behördemitgliedern und der Volkshausleitung für das, was sie zur guten Durchführung getan haben, gedankt und erklärt: Wir Mitglieder der Frauenkommission sehen einen Dank darin, dass wir so vielen Kindern eine Freude bereiten konnten und dass wir heute sagen können: Wir haben's gewagt, wir wagen's wieder!

Lyss.

Der 7. Internationale Genossenschaftstag wurde von der Konsumgenossenschaft Lyss in der seit einigen Jahren üblichen Weise gefeiert. Verkaufslokale und Schaufenster waren hübsch mit Blumen dekoriert, was denselben ein besonderes festliches Gepräge verlieh und sich auch nach aussen sehr angenehm und einladend auswirkte. Um auch gegenüber unsern zukünftigen Genossenschafterinnen und Genossenschaftern, d. h. den Kindern, die besondere Bedeutung des Tages zu betonen, wurden an diese in den Läden Gratisschokoládeli verteilt. Auf den Abend versammelten sich die Mitglieder mit ihren Familien zur gemeinsamen Feier im Saale des Restaurants zum «Rössli». Der geräumige Saal war bis zum letzten Platz angefüllt, es mögen wohl 450 Personen gewesen sein, als der Präsident, Herr G. Bürgi, um 9 Uhr die Feier eröffnete und die Anwesenden mit kurzen Worten begrüsste und willkommen hiess. Nachdem der Männerchor Lyss zwei Lieder vorgetragen hatte, erteilte der Vorsitzende das Wort an Herrn Dr. Pritzker, Chemiker des V. S. K., welcher sich in verdankenswerter Weise der Genossenschaft zu einem Vortrag über Warenkunde zur Verfügung gestellt hatte. Herr Pritzker zeigte uns in einem ca. 1½ Stunde dauernden Vortrag an Hand von verschiedenen Beispielen, wie von unsern Hausfrauen oft unrationell eingekauft wird, indem sie, so meinte der Referent launig, nicht nur, wie das Sprichwort sagt, die Katze im Sacke kaufen, sondern in sehr vielen Fällen sogar nur den Sack ohne eine Katze darin, wenn nur ein schöner «Helgen» darauf sei. — Wir hätten noch lange den interessanten, lehrreichen und unterhaltenden Worten des Referenten gelauscht. Der grosse Applaus bewies, dass die Anwesenden vom Gehörten äusserst befriedigt waren. Wir wollen allgemein hoffen, dass die werten Hausfrauen die angeführten Beispiele beherzigen möchten, was sich sowohl zum eigenen wie auch zum Nutzen der Genossenschaft auswirken dürfte.

Anschliessend an den Vortrag richtete noch Verwalter Schneiter einige Worte an die Versammelten, darauf hinweisend, dass in zwei Monaten Rechnungsabschluss und jetzt noch Zeit sei, etwa Versäumtes nachzuholen, um dann der Rückvergütung um so höher teilhaftig zu werden. Die Mitglieder müssen den engsten Zusammenschluss suchen. — Nach einigen flotten Liedern des Männerchors wurde das übliche Gratisznüni serviert. Der weitere gemütliche Teil mit Tanz und fröhlich-geselligem Beisammensein erstreckte sich bis in den frühen Morgen hinaus. Der stets starke Besuch beweist, dass die Feier des internationalen Genossenschaftstages so wie wir sie durchführen, bei den Mitgliedern grossen Anklang findet, was nicht zu verwundern ist, weil eben gerade die ältern Mitglieder, die sonst das ganze Jahr kaum einer Geselligkeit beiwohnen, bei diesem Anlass im Kreise der Genossenschaftsfamilie ganz ungeniert fröhlich sein dürfen.

Zum Schlusse möchten wir auch an dieser Stelle Herrn Dr. Pritzker für seinen instruktiven Vortrag nochmals unsern besten Dank aussprechen.

—r.

Zürich.

Der Internationale Genossenschaftstag nahm, wie die «Familie» berichtet, in Zürich trotz des ungünstigen Wetters einen imposanten Verlauf. Die Genossenschafter der verschiedenen Wohnquartiere unserer gemeinnützigen Baugenossenschaften hatten dafür gesorgt, dass am Samstag und Sonntag sich ihre Häuser in festlichem Gewande präsentierten und unter Mitwirkung von Musikkapellen, Gesangvereinen sowie der Jugend der verschiedenen Wohnquartiere eine Feier organisiert wurde, die bei allen Teilnehmern einen unauslöschlichen Eindruck hinterliess.

Das war zunächst der Fall im Industriequartier, wo sich die Genossenschafter von Wipkingen und vom Stadtkreise 5 unter der Aegide der drei grossen Baugenossenschaften in diesem Quartier (Allgemeine Baugenossenschaft, Baugenossenschaft des eidgenössischen Personals und Baugenossenschaft Röntgenhof) zur Feier des internationalen Genossenschaftstages zusammentaten. Am Sonntagnachmittag — der Samstag war leider gründlich verregnet worden — fand in der Turn-

halle an der Limmatstrasse ein genossenschaftliches Kinderfest mit vielerlei abwechslungsreichen Darbietungen und einem Zabig für unsere Kleinen statt, während abends 8 Uhr alt und jung sich auf dem Röntgenplatz, diesem stolzen Wahrzeichen genossenschaftlicher Schaffenskraft, zu einer Kundgebung zusammenfand, die durch Vorträge der Eisenbahnermusik und des Männerchors «Vorwärts» umrahmt wurde, während Herr Rudolf Blank und Herr F. Heeb vom Balkon eines Hauses herab Ansprachen hielten, die der Bedeutung des internationalen Genossenschaftstages gerecht wurden. Nachher formierte sich ein Zug von über 300 Kindern unter Führung des Vereins der «Kinderfreunde» zu einem Lampionkorso durch die Höfe und Strassen der hier rings um den Röntgenplatz sich ausdehnenden grossen genossenschaftlichen Siedelungen. Der Zug, in dem mehrere den Geist der Genossenschaft kündende Embleme mitgetragen wurden, bot mit seinen vielen Lampions in der nächtlichen Stimmung einen fesselnden Anblick, der noch erhöht wurde durch die Illumination der Häuserreihen ringsum mit Lampions usw.

In der Wohnkolonie Sihlfeld wurde der Anlass der Witterung wegen auf den Sonntagabend verschoben. Kaum brach die Dämmerung herein, leuchteten an allen Fenstern rote Lichter auf; Hunderte und aber Hunderte, auf den Strassenseiten sowohl wie im Hof. Und eine hundertköpfige Kinderschar trat zu einem buntfarbigen Lampionkorso an, der sich durch den Hof schlängelte und um die ganze Kolonie herumtrippelte. Der Lohn war ein währschafter Genossenschaftsweggen für die Kleinen. Die Abstinentenmusik bot ein flottes Konzert, das bereichert wurde durch schöne Lieder- und Jodeleinlagen der Sängerrunde des Alpenklubs «Soldanella». Nicht enden wollte der Beifall, der vom Parkett, vom ersten, zweiten, dritten Rang und von der Galerie gespendet wurde, und mit Dreingaben durfte nicht gekargt werden. Raketen schossen durch die Luft, rotes Bengalfeuer leuchtete auf und tauchte die Fassaden in magisches Licht. Ein Nachtfest, das trotz seiner Einfachheit gute Stimmung schuf und die ganze Nachbarschaft herbeilockte, recht sinnenfällig genossenschaftliche Solidarität und Zusammengehörigkeitsgefühl dokumentierend.

In der Turnhalle in Wollishofen versammelten sich am Samstagnachmittag 110 Kinder zu Spiel und fröhlichem Beisammensein bei Tee und einem währschaften «Lebisweggen». Die eifrigen Mitglieder der Bezirksorganisation liessen es sich besonders angelegen sein, die Buben und Mägdlein sorglich zu betreuen.

Am Sonntagabend zogen dann anstatt aufs lauschige waldumsäumte Waldwiesli an die hundert Genossenschafterinnen und Genossenschafter ebenfalls in die Turnhalle. Der erst seit November letzten Jahres bestehende Gemischte Chor Entlisberg sang unter seinem Dirigenten W. Dubs eine Reihe schönster Genossenschafts- und Volkslieder. «Heil Dir, Genossenschaft! Quell tief verborgner Kraft, Leit' uns zum Höchsten hin, dann sind wir frei», klang es brausend durch den weiten Raum. Geschäftsleiter Rudin vom Lebensmittelverein Zürich hielt eine packende, mit Begeisterung aufgenommene Festrede. Wenn alle Mitglieder treu zur Genossenschaft halten, klang das Referat aus, dann kann der Erfolg nicht ausbleiben.

Feierliches Geloben zog durch die Herzen der Anwesenden, als der Sängerchor das Lied der Konsumgenossenschafter, in gut gelungener Vertonung ihres Dirigenten, ertönen liess:

Nun singen wir mit frohem Mut
von dem, was uns verbindet,
von unserm Werk, das fest und gut
die Väter einst gegründet.
Sie schufen es in Einigkeit
bei schwersten Widerständen,
und gaben es nach ihrer Zeit
an uns zu treuen Händen.
Mit jedem Mond, mit jedem Jahr
muss unser Tun sich festen.

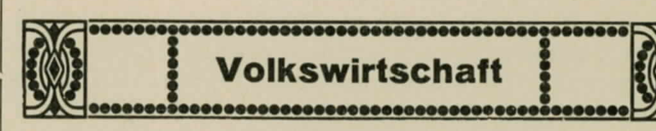
Noch sprachen die Präsidenten der Allgemeinen Baugenossenschaft Zürich und der Baugenossenschaft Entlisberg Heiteres und Ernstes zu der versammelten Genossenschaftsgemeinde. Lied um Lied erschallte. Dann zogen die Besucher wieder still von dannen, erfüllt vom Nachhall des schönen unvergesslichen Abends.



Zugabe- und Geschenkunwesen.

Die schweizerischen Rabatthändler, die am 30. Juni in Meiringen ihre Jahresversammlung abhielten, nahmen u. a. ein Referat des Zentralsekretärs Dr. Blanc entgegen über die Bekämpfung des Zugabe- und Geschenkwesens. Es wurden Thesen angenommen, womit die Versammlung Massnahmen für die Bekämpfung des Geschenkliwesens guthiess. Den Sektionen wird empfohlen, ihren Mitgliedern die Vermittlung von Waren mit Zugaben zu untersagen; Firmen, die trotz Aufforderung ihre Zugaben nicht abbauen und aufgeben, sollen im Verbandsblatt des Rabattverbandes publiziert werden; über alles hinaus ist zu fordern, dass das Zugabewesen als unlauterer Wettbewerb gesetzlich verboten wird.

Auch der Verein Schweizerischer Spezereihändler hat in Lausanne erneut Stellungnahme gegen das Geschenkliwesen beschlossen, und weitere grosse Kleinhandelsorganisationen, die in diesem Kampf bisher abseits standen oder für sich gingen, stellen sich heute für ein gemeinsames Vorgehen aller Detailhandelsverbände zur Verfügung. Weitere Beschlüsse und Massnahmen stehen damit in nächster Aussicht. Dann bedarf es noch der Mithilfe aller seriösen Detaillisten gegen dieses Werbemittel, das nur geeignet ist, Misstimmung und Unordnung im Kleinhandel zu erzeugen, ohne am Ende dem, der es benützt, viel zu nützen.



Wirtschaftlicher Wochenbericht.

Die Billigkeit der Getreidepreise hat der Schweiz im ersten Halbjahr 1929 etwa 7 Millionen Franken gegen das Vorjahr erspart, denn sie zahlte für eine noch etwas grössere Einfuhr von Getreide und Hülsenfrüchten nur 115 Millionen Franken gegen 122 Millionen im Vorjahre. Für Früchte und Gemüse hat sie dagegen für 3,3 Millionen Franken mehr ausgeben müssen, während sie an Zucker, Kaffee und Kakaobohnen sechs Millionen erspart hat.

Leider zeigt aber auch die schweizerische Ausfuhr von Schokolade einen Rückgang von fast 2,5 Millionen. Ebenso zeigt sich auch für Kondensmilch und frische Milch ein Rückgang der Ausfuhr, wäh-

rend es gelungen ist, die Käseausfuhr um neun Millionen Franken zu erhöhen. Die Zunahme entfällt hauptsächlich auf den Emmentaler in Laiben, während der Export von Schachtelkäse im verflossenen Halbjahr weniger gestiegen, in den letzten Monaten sogar etwas gesunken ist.

Es ist früher in diesen Berichten einmal bemerkt worden, dass es möglich sein sollte, die Käseausfuhr noch bedeutend zu vermehren, denn es handelt sich beim Schweizerkäse um ein Luxusprodukt in dem Sinne, dass der Konsum in viel weiterem Masse ausdehnungsfähig ist als bei Massengütern. Die Entwicklung scheint dieser Ansicht Recht zu geben, denn es ist gelungen, die gesamte Käseausfuhr von 132,000 auf 176,000 Doppelzentner zu erhöhen. Im Interesse der schweizerischen Landwirtschaft ist es zu wünschen, dass das gewonnene Terrain nicht wieder verloren geht. Unsere Konservenindustrie

hat ihren ausländischen Absatz wieder um etwa eine Million erhöhen können.

Auch für Getränke, zum grössten Teil Wein, hat die Schweiz weniger ausgeben müssen als im Vorjahr, indem die Einfuhr des ersten Halbjahres 1929 nur 37,7 Millionen Franken gegen 40,2 Millionen im ersten Semester des Vorjahres erforderte. An Tieren, hauptsächlich wohl an Schlachtvieh, wurde im ersten Halbjahr dieses Jahres nur für 6,1 Millionen gegen 12,9 Millionen in der gleichen Zeit des Vorjahres eingeführt, die Einfuhr also um mehr als die Hälfte herabgedrückt, während es gelang, die schweizerische Ausfuhr von Tieren von 1,9 Millionen auf 3,2 Millionen zu erhöhen.

Dass die Schuhindustrie zurzeit nicht in den besten Schuhen steht, ergibt sich schon daraus, dass sowohl Einfuhr wie Ausfuhr abgenommen haben. Beim Hauptartikel der Lederschuhe verminderte sich die Ausfuhr um fast 3,5, die Einfuhr trotz des Eindringens der Bataschuhe in die Schweiz um 2,1 Millionen Franken oder von 647,000 auf 508,000 Paar. Diese Zahlen scheinen darauf schliessen zu lassen, dass die schweizerische Schuhindustrie mit Erfolg bestrebt ist, sich der tschechoslowakischen Konkurrenz zu erwehren. Die Einfuhr von Häuten, Fellen und Leder hat stark abgenommen, was ebenfalls als ein unerfreuliches Zeichen der misslichen Lage der Schuhindustrie gewertet werden muss.

An Holz und Waren aus Holz wurden für 38,3 Millionen Franken, 2,5 Millionen mehr als in der gleichen Zeit des Vorjahres eingeführt, während die Ausfuhr in diesen Artikeln nur 4,8 Millionen Franken erreicht. Die Schweiz kann es sich als wohlhabendes Land leisten, viel ausländisches, wertvolles Holz zu konsumieren.

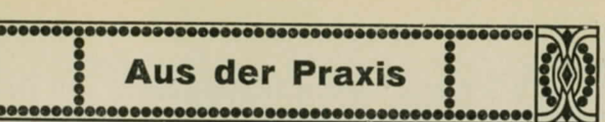
In Rohstoffen zur Papierbereitung, bedrucktem und unbedrucktem Papier blieben Einfuhr und Ausfuhr fast gleich wie im Vorjahre, an Büchern, Zeitschriften und Bildern steigt der Export bedeutend mehr wie die Einfuhr und die Schweiz, die vor dem Kriege in diesem Artikel fast nur Konsument ausländischer Ware war, hat jetzt auch eine stark ins Gewicht fallende Ausfuhr entwickelt, wenn diese auch die Einfuhr nicht ganz ausgleicht.

In Baumwolle und Baumwollwaren erzeigt die Einfuhr eine Verminderung um 14,3 Millionen, die allerdings zum grossen Teil vom Sinken der Baumwollpreise herrührt. Schlimmer ist aber der Rückgang der Ausfuhr um 23,4 Millionen Franken, wovon beinahe fünfzehn Millionen auf die Stickereiartikel entfallen, die mit jeder neuen Ausfuhrstatistik eine neue empfindliche Verschlechterung ausweisen. Doch auch die Baumwollweberei und Spinnerei bringt fast lauter statistische Hiobsposten, was bei der heutigen Weltkonjunktur der Textilindustrien nur zu begreiflich ist.

Auch die Seidenindustrie hat einen starken Rückgang der Ausfuhr und auch der Einfuhr zu beklagen. Da die Einfuhr sich hauptsächlich aus den Rohstoffen der Industrie zusammensetzt, ist der Rückgang der Einfuhr ein ebenso schlechtes Zeichen für die Zukunft der Industrie wie der Rückgang der Ausfuhrzahlen für die Vergangenheit. Auch die Kunstseidenindustrie erzeigt zum erstenmal verringerte Einfuhr- und Ausfuhrwerte. Die Menge der ausgeführten Kunstseide hat sich freilich noch erheblich vermehrt, die Verminderung des Wertes geht also auf das Sinken der Preise zurück. Man weiss, dass zurzeit in der internationalen Kunstseidenindustrie ein starker Preisdruck herrscht, dem sich auch die schweizerische Industrie offenbar nicht entziehen kann.

Auch die Wollindustrie verzeichnet starke Rückgänge in Einfuhr und Ausfuhr, während die Strohindustrie, besser gesagt, die Industrie der Hutgeflechte, ihre Ausfuhr um 4,2 Millionen Franken erhöhen konnte. Ebenso hat die schweizerische Konfektion ihre Ausfuhr wieder um fast zwei Millionen Franken steigern können, so dass sie nahezu die Einfuhr aufwiegt, während vor dem Kriege die Einfuhr mehr als doppelt so gross war wie die Ausfuhr.

Indexziffer des V. S. K. Die vom Verband schweiz. Konsumvereine berechnete Indexziffer erhöhte sich vom 1. Juni auf den 1. Juli um 3,5 Punkte auf 153,4. Die Zunahme der Indexziffer ist sozusagen ausschliesslich auf saisonmässig bedingte Preisveränderungen zurückzuführen. Es erhöhten sich im Preise: die Butter, das Kalbfleisch, die Eier und insbesondere — infolge des Ueberganges von der alten zur neuen Ernte — die Kartoffeln, wogegen der Zucker einen weiteren Preisrückgang verzeichnet. Die ausführlichen Mitteilungen erscheinen in der nächsten Nummer.

Aus der Praxis

Etwas über Reklame und Umsatzvermehrung. Ueber dieses Thema ist zu Nutz und Frommen der Verbandsvereine schon vieles geschrieben worden. Noch heute überlassen viele kleine Genossenschaften die Reklame und damit die Initiative dem Privathandel und glauben, dass die genossenschaftliche Warenvermittlung dieses Hilfsmittel der Umsatzvermehrung nicht bedürfe. Diese Ansicht ist falsch. So wie der grosse V. S. K. seine Glieder über seine Warensorten auf dem laufenden hält, so muss jeder einzelne Konsumverein seine Mitglieder über Neueingänge und über die Reichhaltigkeit seines Warenlagers orientieren. Gedankenlos wird oft da oder dort gekauft, was der eigene Laden in bester Qualität bietet, nur weil man nicht weiss, dass der Artikel auch dort zu haben ist. Hier liegt der Fehler nur an der Verwaltung, die es unterlässt, die Mitgliedschaft fortwährend daran zu erinnern. Dazu ist die Reklamemöglichkeit da und es ist eine Schädigung der Genossenschaft, sich ihrer nicht zu bedienen. Was diese Reklame vor derjenigen des Privathandels auszeichnen soll, ist Sachlichkeit und Wahrhaftigkeit. Nicht mit hochtönenden Phrasen, irreführenden Anpreisungen und Illustrationen müssen wir und wollen wir arbeiten und unsern Zweck erreichen, obschon ich gleich hier bemerken will, dass die Reklame auch nicht fade und trocken sein soll und auch nicht zu sein braucht. Aber die Reklame soll konsequent durchgeführt werden; dem damit betrauten Mitglied der Verwaltung kann eine gute Verkäuferin an die Hand gehen, damit die Inserate aktuell werden und die Artikel enthalten, die momentan das Interesse der Käufer erwecken können. Gewiss bedeutet die Reklame eine Belastung für den betreffenden Funktionär; wer aber als verantwortliches Vorstandsmitglied einer Genossenschaft dafür bestimmt wird, hat diese Aufgabe, wenn er es mit seinen Pflichten ernst nimmt, mit Eifer und Ausdauer zu besorgen.

Ich weiss aus Erfahrung, dass in einer zielbewussten und, was wichtig ist, den örtlichen Verhältnissen angepassten Reklame Erfolg liegt. Ich könnte ihn mit Zahlen belegen. Wenn ich davon etwas ausplaudere und damit den Verwaltungen (speziell kleinerer Vereine) einen Fingerzeig geben kann, soll es mich freuen.

Gleich zu Anfang meiner Tätigkeit musste ich feststellen, dass unser «Genossenschaftliches Volksblatt» in vielen Familien gar nicht beachtet und gelesen wurde, weil nie, aber auch gar nie, etwas von der eigenen Genossenschaft darin zu lesen war. Und heute? Mit seltenen Ausnahmen prangt in jeder Nummer ein Inserat; Stoff dazu ist immer vorhanden. Es darf in gewissem Sinne etwas aufdringlich sein, damit es beachtet wird. Ich persönlich bringe gerne eine humoristische Note hinein, die gut aufgenommen wird. Viele Artikel lassen sich so auf ansprechende Art empfehlen, die erfreut und belustigt. Warum soll ich z. B. nicht einmal Damenstrümpfe für «krumme und gerade Beine» empfehlen? Oder ich lasse ein kleines Gespräch über das Thema Damenstrümpfe zwischen zwei Genossenschafterinnen los — und wir verkaufen viel mehr Strümpfe als vorher. Die Verbandsdruckerei in Basel hat einige ausgezeichnete Klischees zur Verfügung, auch mit humoristischem Einschlag, die den Inseraten «Schmiss» geben und damit die Beachtung sichern. Eine Vermehrung dieser Sorte wäre durchaus wünschenswert. Eine Empfehlung in Versform, kurz und bündig, ebenfalls mit einem Quentchen Humor oder selbst Satyre darin wird gern gelesen und beachtet.

> «Der Joggi hustet,
> Fast klingst's wie Bellen.
> Ihm haben geholfen:
> Kaisers Brust-Caramellen.»

Damit wurde vermehrter Umastz in diesem Artikel erzielt. Unser Publikum ist dankbar für solche kleine Extravaganzen und quittiert mit vermehrtem Zuspruch in seinem Laden, verhilft also zu einem Mehrumsatz.

Nicht nur das. Unser Genossenschaftsblatt wird nun gelesen. Kaum ist der «Postli» damit da, wird nachgeschaut, ob etwas Neues oder gar etwas Lustiges von der eigenen Genossenschaft darin steht; ob neue Artikel eingeführt oder alte halbvergessene wieder mal den werten Genossenschafterinnen ans treue Herz gelegt werden. Und damit bin ich da, wo ich eben die Genossenschafterinnen haben wollte: sie lesen nicht nur das Inserat, das sie angeht, sondern interessieren sich auch für den übrigen Inhalt unseres trefflich redigierten Genossenschaftsblattes; sie führen manch goldenes Wort sich zu Gemüte, das sie der Genossenschaft innerlich näher bringt und seinen Ausdruck findet in vermehrter Treue für die Genossenschaftssache. Probatum est!

Gelegentlich steht in einem Inserat: «Wird die Einführung neuer Artikel gewünscht? Anregungen von seiten der Hausfrauen werden von der Verwaltung oder von den Verkäuferinnen gerne entgegengenommen.»

Jedesmal kommen einige Anregungen und selbstverständlich wird den Wünschen entsprochen, wenn irgendwelche Aussicht auf Absatz besteht. Ist dies nicht der Fall, ist man der Belehrung zugänglich. Ist der Absatz zweifelhaft, wird nur ein ganz kleines Quantum eingelegt, um den Artikel ohne Verlust wieder sistieren zu können.

Durch die fortlaufende Reklame stehen wir eigentlich in ständigem Kontakt mit der Mitgliedschaft und möchten von dieser Praxis nicht mehr abgehen, ganz abgesehen davon, dass uns der materielle Erfolg durchaus befriedigt und zur Weiterführung ermuntert.

Die Zeit und die Verhältnisse verlangen auch von den Genossenschaften intensive Reklame. Wir haben eine nicht hoch genug einzuschätzende Reklamemöglichkeit, denn wir verfügen in jeder Nummer des Genossenschaftlichen Volksblattes über genügend Gratisraum für die Inserate der lokalen Genossenschaften. Aber dieser Raum muss intensiv und geschickt ausgenützt werden, im Interesse einer aufsteigenden Kurve der genossenschaftlichen Warenvermittlung. Der grosse Vorteil, dass unsere Reklame das Unkostenkonto mit keinem Rappen belastet, sollte genügen, allen Vereinsverwaltungen die konsequente Benützung zur Pflicht zu machen. Meines Erachtens sollte die Propagandastelle des Verbandes gerade diesem Punkte vermehrte Aufmerksamkeit schenken und wo nötig initiativ vorgehen. Vereine, die nie oder nur gelegentlich inserieren, sollten dazu animiert und mit Rat unterstützt werden, wenn die eigenen Kräfte zu einer zügigen Reklame fehlen. Wenn wir, wie der Privathandel, uns die Reklame in intensiver Weise zu Nutze machen, jede Genossenschaft an ihrem Platze, so muss der Erfolg sich einstellen. Mit der Reklame werben wir nicht nur um materiellen, sondern auch um den ideellen Erfolg, der uns dem gesteckten Ziele näher bringen wird. —er.



Bewegung des Auslandes

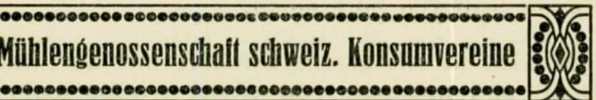


Kanada.

Das Genossenschaftswesen schafft Ordnung auf dem Geflügelmarkt. Das bemerkenswerteste Ereignis in der Geflügelindustrie Kandas während 1929 stellt der Britisch-Kolumbische Eier- und Geflügelkonzern dar, der im April gebildet wurde. Der Sitz der Genossenschaft ist New-Westminster und Eier-Sammlungsstellen wurden in Vancouver, New-Westminster, Abbotsford, Courtney, Nanaimo, Duncan und Victoria errichtet; jede Woche werden im Durchschnitt 18 Wagenladungen Eier abgesetzt. Die Sammlungsstelle in Vancouver ist besonders interessant, da sich dort der Sitz der Delta Manor Geflügelzucht-Siedelungsgenossenschaft befindet. Die Siedelung wurde vor zwei Jahren gegründet als ein Versuch zur Errichtung von genossenschaftlichen Siedelungen in Britisch-Kolumbien und sie war so erfolgreich, dass sie weitere Grundstücke erwerben musste.

Diese Organisation des britisch-kolumbischen Geflügelmarktes verspricht Gutes zu leisten in der Beseitigung der schlimmen Folgen des «Dumping», das unter dem früheren regellosen System vorherrschend war. Eine ähnliche Entwicklung stellt die Ersetzung der alten kanadischen genossenschaftlichen Geflügel- und Absatzvereinigung durch den kanadischen Geflügelkonzern dar, der gebildet wurde in der Folge einer Konferenz von Delegierten von führenden Geflügelabsatzorganisationen, die kürzlich in Regina stattfand. Die neue Genossenschaft wird als zentrale Absatzorganisation für die Provinzialorganisationen fungieren.





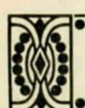
Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine

Aufsichtsrat-Sitzung
vom 13. Juli 1929.

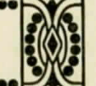
Anwesend sind 11 Mitglieder des Aufsichtsrates, sowie die drei Mitglieder der Direktion. Entschuldigt abwesend sind die Herren E. Angst, Basel, R. Bolliger, Basel, H. Peyer, Luzern und R. Grimm, Bern.

Der Rat beschäftigte sich mit der Abnahme des Berichtes der Direktion über das erste Halbjahr 1929 und genehmigte diesen.

Ferner wurde eingehend die Frage der vom V. S. K. vorgeschlagenen Zusammenziehung der Generalversammlungen der Zweckgenossenschaften mit der Delegiertenversammlung des V. S. K., sowie die heutige Preisbildung auf dem Weltgetreidemarkt und deren allfällige Konsequenzen für die Mehlpreise in der nächsten Zeit besprochen.



Verbandsnachrichten



Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission
vom 12. und 16. Juli 1929.

1. Den vorgelegten Statutenänderungen der Società cooperativa svizzera di consumo Mendrisio und des Konsumvereins Teufen wird die Genehmigung erteilt.

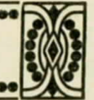
2. Die Verbandsvereine Gurtnellen und Bellwald teilen uns mit, dass sie in der Lage seien, Heidelbeeren zu vermitteln.

3. Die Société coopérative de consommation Neuchâtel übermittelte dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jæggi) einen Beitrag von Fr. 200.—, der anmit bestens verdankt wird.

Vom Kreisverband VI (Innerschweiz) des V. S. K. ist ein Betrag von Fr. 200.—, ferner vom Konsumverein Oberkempten eine Gabe von Fr. 100.— dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jæggi) überwiesen worden. Diese Zuwendungen werden bestens verdankt.



Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt



Angebot.

Tochter in den 20er Jahren, die ein halbes Jahr in Konsumverein als Volontärin gedient hat, sucht Stelle als **zweite Verkäuferin** in Konsumladen. Bewerberin ist in der Lebensmittel-, Mercerie- und Manufakturwarenbranche gut bewandert und durchaus zuverlässig. Eintritt sofort oder nach Uebereinkunft. Zeugnisse und Referenzen zu Diensten. Offerten erbeten unter Chiffre E. D. 132 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

15jährige **Tochter**, arbeitsam und ehrlich, sucht Stelle bei tüchtigem Verwalter zur Erlernung der deutschen Sprache und des Ladendienstes. Offerten unter Chiffre L. E. 138 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Junger Mann, der seine Lehre in einem Privatgeschäft gemacht hat und sich nun gerne im Genossenschaftswesen betätigen würde, sucht Stelle auf 1. Oktober. Offerten unter Chiffre C. L. 137 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

Für 18jährige, durchaus zuverlässige, begabte Tochter mit Sekundarschulbildung, einjähriger Verkäuferinnenlehre in grösserem Konsum und einjährigem Welschlandaufenthalt wird Stelle gesucht in Konsum der Ostschweiz als **Verkäuferin.** Schriftliche Offerten erbeten an die Thurg. Zentralstelle für weibliche Berufsberatung, Frauenfeld.

Zu verkaufen

3 Stück gut erhaltene **Lagerfässer** mit je 1370, 1190 und 870 Liter Inhalt. 2 sind in ovaler und eines in runder Form. Offerten an **Konsumverein Stein a/Rhein.**

Redaktionsschluss: 18. Juli 1929.

Buchdruckerei des Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel